

**PENGARUH PENILAIAN KONSUMEN ATAS ATRIBUT LAYANAN  
TERHADAP PEMBELIAN ULANG MESIN CETAK PADA  
PT. KAHARDJAJA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH  
SILAWATI**

**No. Pokok : 040023506-E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2003**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENILAIAN KONSUMEN ATAS ATRIBUT  
LAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG MESIN  
CETAK PADA PT. KAHARDJAJA SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH :  
SILAWATI  
No. Pokok : 040023506 E**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIBING,**



**Dra.Ec. INDRIANAWATI USMAN, Msc**

**Tanggal .....**

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Dr. AMIRUDDIN UMAR, SE**

**Tanggal .....**

## ABSTRAKSI

Semakin berkembangnya metode pemasaran yang ditetapkan perusahaan yang menjual produk sejenis dengan kualitas yang baik dan harga yang relatif sama juga menyebabkan tingkat persaingan yang ketat saat ini. Perusahaan yang memberikan dukungan pelayanan yang berkualitas tinggi tidak diragukan lagi akan mengungguli pesaingnya yang kurang berorientasi pelayanan.

PT. Kahardjaja merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang grafika yang menjual mesin cetak dan material cetak yang berasal dari Jerman. Dalam usaha memasarkan mesin cetak PT. Kahardjaja memberikan dukungan pelayanan kepada konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penilaian konsumen atas atribut layanan berpengaruh terhadap pembelian ulang mesin cetak.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah penilaian konsumen atas atribut layanan yang terdiri dari : Penilaian konsumen atas garansi ( $X_1$ ), penilaian konsumen atas perbaikan dan perawatan ( $X_2$ ), penilaian konsumen atas penanganan keluhan ( $X_3$ ), penilaian konsumen atas keandalan pengiriman ( $X_4$ ), dan penilaian konsumen atas kualitas teknisi ( $X_5$ ). Sedangkan variabel tergantung ( $Y$ ) yaitu pembelian ulang mesin cetak.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh kesimpulan bahwa penilaian konsumen atas atribut layanan yang terdiri dari : garansi, perbaikan dan perawatan, penanganan keluhan, keandalan pengiriman dan kualitas teknisi secara bersama-sama (simultan) maupun secara individu (parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembelian ulang mesin cetak pada PT. Kahardjaja Surabaya. Model analisis regresi linier berganda yang dihasilkan penelitian ini :

$$Y = -2,763 + 0,233 X_1 + 0,393 X_2 + 0,218 X_3 + 0,250 X_4 + 0,334 X_5$$

Nilai R atau Koefisien korelasi berganda adalah 0,947 atau 94,7%. Hal ini menunjukkan adanya keeratan hubungan antara variabel bebas yaitu penilaian konsumen atas garansi, penilaian konsumen atas perbaikan dan perawatan, penilaian konsumen atas penanganan keluhan, penilaian konsumen atas keandalan pengiriman dan penilaian konsumen atas kualitas teknisi dengan pembelian ulang mesin cetak.

Nilai Koefisien Determinasi atau ( $R^2$ ) adalah sebesar 89,8% atau 0,898. Nilai ini menunjukkan bahwa 89,8% variabel pembelian ulang mesin cetak pada PT. Kahardjaja dipengaruhi oleh penilaian konsumen atas garansi, penilaian konsumen atas perbaikan dan perawatan, penilaian konsumen atas penanganan keluhan, penilaian konsumen atas keandalan pengiriman dan penilaian konsumen atas kualitas teknisi. Sedangkan sisanya sebesar 10,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.